KESALEHAN DIGITAL: INOVASI SOSIAL HUMANIORA DALAM PENGUATAN GENDER DI ERA SOCIOPRENEURSHIP

Muhammad Hakam Biqy[1], Medina Lutfiani Pranoto[2], Tri Yuningsih[3]
[1,2,3]Magister Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Diponegoro
Email: muhammadhakambiqy@students.undip.ac.id[1], medinalp@students.undip.ac.id [2],
triyuniningsih26@gmail.com[3]

Abstract

The development of digital technology has created new opportunities for sociopreneurship as a means of community empowerment. However, behind this potential lie ethical challenges, the degradation of social values, and gender disparities that limit women's equal participation in the digital ecosystem. This condition highlights the need for innovation in the field of social humanities that integrates values, ethics, and character into the use of technology. This article introduces the concept of *digital piety* as a social humanities innovation relevant to strengthening gender roles in the era of sociopreneurship. Digital piety is understood as moral awareness in online activities that emphasizes not only spirituality but also humanistic, inclusive, and just values. By positioning digital piety as an ethical framework, sociopreneurship can grow not only as an economic activity but also as a social space that is gender-inclusive, responsive to humanistic values, and sustainability-oriented. This idea is expected to contribute to the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs), particularly Goal 5 on Gender Equality, while enhancing the competitiveness of value-based sociopreneurship in the digital era.

Kata kunci: *Digital Piety; Social Humanities Innovation; Sociopreneurship; Gender Inclusivity; SDGs.*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah menghadirkan peluang baru bagi praktik sociopreneurship sebagai sarana pemberdayaan masyarakat. Namun, di balik potensi tersebut, masih terdapat problem etika, degradasi nilai sosial, serta ketimpangan gender yang membatasi keterlibatan perempuan secara setara dalam ekosistem digital. Kondisi ini menunjukkan perlunya inovasi di bidang sosial humaniora yang mampu menghadirkan pendekatan berbasis nilai, etika, dan karakter dalam penggunaan teknologi. Artikel ini menawarkan konsep *kesalehan digital* sebagai inovasi sosial humaniora yang relevan untuk memperkuat peran gender di era sociopreneurship. Kesalehan digital dipahami sebagai kesadaran moral dalam aktivitas daring yang tidak hanya menekankan aspek spiritualitas, tetapi juga mengedepankan nilai humanis, inklusif, dan berkeadilan. Dengan menempatkan kesalehan digital sebagai kerangka etika, sociopreneurship dapat berkembang tidak hanya sebagai aktivitas ekonomi, melainkan juga sebagai ruang sosial yang inklusif gender, responsif terhadap nilai humaniora, dan berorientasi pada keberlanjutan. Gagasan ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya Tujuan 5 tentang Kesetaraan Gender, sekaligus memperkuat daya saing sociopreneurship berbasis nilai di era digital.

Kata kunci: Kesalehan Digital; Inovasi Sosial Humaniora; Sociopreneurship; Inklusif Gender; SDGs.

Pendahuluan

Perkembangan di era digital yang berkembang cukup pesat telah memicu tranformasi fundamental, tidak hanya dalam bidang ekonomi, tetapi juga dalam ranah sosial dan humaniora. Pada konteks *sociopreneurship* yaitu wirausaha yang mengintegrasikan antara tujuan sosial dengan

ekonomi, digitalisasi memberikan dampak peluang inovasi sosial, keterlibatan komunitas yang lebih luas, serta peningkatan efektivitas pelaksanaan pemberdayaan masyarakat (Lestari et al., 2025).

Namun peluang tersebut tidak serta merta menghasilkan inklusi dan keadilan. Tantangan yang paling nyata terjadi berupa kesenjangan akses digital, rendahnya literasi teknologi, dan hambatan yang memberatkan kelompok perempuan secara khusus (Putri & Shodiq, 2024). Sociopreneurship digital menawarkan model pemberdayaan terbaru, namun tanpan pondasi nilai yang kokoh, akan dapat menimbulkan ketidaksetaraan Kembali dan menjadi sumber permasalahan baru. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan, bahwa kelompok atau individu perempuan pengusaha masih dihadapkan dengan kendala pemanfaatan teknologi digital, baik dari aspek literasi, infrastruktur, maupun norma sosial-budaya (M. Yahya et al., 2024). Selain itu, aspek etika dalam pemanfaatan teknologi juga menjadi agenda yang cukup krusial. Ruang digital bukan sebatas mengaskes informasi dan eksistensi, namun bagaimana nilai, norma, dan karakter manusia dapat dipertahankan di ruang digital (Kusuma & Wicaksono, 2024).

Permasalahan bias gender pada ekosistem digital telah menjadi perhatian global: teknologi yang telah dirancang, diakses, dan digunakan secara tidak setara dapat memperkuat stereotip gender yang kemudian menghasilkan hambatan dalam partisipasi perempuan, serta menghasilkan marginalisasi baru (Muñoz et al., 2023). Di Indonesia. Literasi digital dan kesadaran etika digital pada peran perempuan dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) masih harus diperlukannya peningkatan yang signifikan (N. Salsabila et al., 2025). Argument ilmiah tersebut menekankan bahwa ruang digital memiliki potensi egaliter, tanpa intervensi sosial dan humaniora yang tepat, teknologi dapat menjadi arena baru yang justru mereproduksi ketidaksetaraan gender.

Dalam perspektif sosial-humaniora, penting untuk melihat bahwa ses digitalisasi bukan hanya sebatas teknis, melainkan sebagai ruang transformasi yang memiliki nilai budaya, etika, dan karakter manusia (Aulia, 2025). Konsep "Kesalehan Digital" muncul sebagai gagasan penting: yaitu kesadaran moral dalam aktivitas daring yang mencakup nilai etika, spiritualitas, nilai humanis, dan inklusivitas (Jannah & Al Ayubi, 2025). Dengan demikian, integrasi kesalehan digital ke dalam praktik sociopreneurship dapat menjadi inovasi sosial-humaniora yang bermakna untuk memperkuat peran gender secara inklusif di era digital.

Lebih jauh penelitian tentang sociopreneurship digital menunjukan bahwa teknologi memfasilitasi ekspansi pasar, peningkatan efisiensi operasional, dan kolaborasi yang lebih luas (Larasati, 2023). Namun, pemanfaatan teknologi tersebut masih belum bisa dirasakan dampaknya secara langsung oleh perempuan dan kelompok marjinal lainnya, yang kemudian mengakibatkan hambatan structural lainnya seperti literasi digital, modal, dan norma sosial (Panglipursari et al., 2025). Di penelitian lainnya, adapu studi yang menunjukan bahwa literasi digital dan sikap kewirausahaan mengindikasikan bahwa sikap digital yang berdampak positif terhadap niat kewirausahaan, tetapi masih dibatasi oleh factor gender (F. Iskandar et al., 2024).

Berdasarkan hal tersebut, terdapat urgensi untuk mengembangkan kerangka inovasi sosial-humaniora yang dapat merespons isu gender dalam era digital dan sociopreneurship. Secara spesifik, mengadopsi kesalehan digital sebagai landasan nilai bagi sociopreneurship inklusif gender dapat menjawab dua kebutuhan: pertama, memperkuat fondasi etika dan nilai dalam transformasi digital; kedua, menciptakan ruang bagi perempuan dan kelompok minoritas untuk berpartisipasi aktif dalam ekosistem sociopreneurship digital secara adil dan setara.

Untuk memperdalam pemahaman tentang kesalehan digital sebagai inovasi sosial-humaniora, penting untuk menyoroti beberapa aspek kunci yang belum sepenuhnya dieksplorasi. Kesalehan digital merujuk pada praktik moral dan etis dalam ruang digital yang melibatkan kesadaran spiritual, nilai humanis, dan inklusivitas sosial. Ini mencakup aspek seperti penggunaan teknologi yang bertanggung jawab, penghindaran eksploitasi data, serta promosi empati dan solidaritas daring, yang dapat menjadi landasan untuk membangun ekosistem sociopreneurship yang lebih adil gender. Implementasi kesalehan digital dapat meningkatkan partisipasi perempuan dalam sociopreneurship dengan mengurangi bias algoritma dan stereotip gender di platform digital. Misalnya, melalui

pendidikan etika digital yang menekankan nilai-nilai kesetaraan, perempuan dapat lebih percaya diri dalam mengadopsi teknologi untuk usaha sosial, sehingga mengurangi marginalisasi dan mendorong inovasi yang inklusif.

Di Indonesia, inisiatif sociopreneurship seperti program pemberdayaan UMKM perempuan yang mengintegrasikan kesalehan digital—misalnya, melalui kampanye media sosial yang mempromosikan nilai-nilai budaya dan spiritual—telah menunjukkan peningkatan kolaborasi lintas gender. Penelitian empiris dapat mengeksplorasi bagaimana platform seperti ini membantu perempuan mengatasi hambatan struktural, seperti akses modal dan norma sosial. Meskipun kesalehan digital menjanjikan inklusi, tantangan seperti resistensi budaya terhadap perubahan nilai atau kurangnya regulasi etika digital perlu diatasi. Solusi potensial meliputi kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan praktisi sociopreneurship untuk mengembangkan modul pelatihan yang menggabungkan literasi digital dengan pendidikan nilai humaniora, sehingga memastikan bahwa transformasi digital tidak memperlebar kesenjangan gender.

Dari perspektif sosial-humaniora, kesalehan digital tidak hanya memperkuat gender di sociopreneurship, tetapi juga berkontribusi pada pembentukan karakter masyarakat yang lebih etis di era digital. Ini dapat mencegah risiko seperti polarisasi sosial atau eksploitasi ekonomi, sambil mendorong model wirausaha yang berkelanjutan dan berbasis nilai.

Dengan mempertimbangkan latar belakang ini, penelitian ini menetapkan tujuan utama sebagai berikut: (1) mendeskripsikan hambatan-hambatan gender dalam praktik sociopreneurship digital; (2) mengkaji konsep kesalehan digital sebagai inovasi sosial-humaniora; dan (3) merumuskan rekomendasi tentang bagaimana kesalehan digital dapat diintegrasikan ke dalam praktik sociopreneurship untuk penguatan peran gender secara inklusif.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengkaji fenomena sosial yang bersifat kompleks, khususnya terkait keterkaitan antara kesalehan digital, bias gender, dan praktik sociopreneurship. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali makna, nilai, serta dinamika sosial-humaniora secara mendalam tanpa terikat oleh pengukuran numerik semata (Creswell & Poth, 2016).

Sumber data penelitian ini berasal dari literatur primer dan sekunder. Literatur primer meliputi artikel jurnal internasional dan nasional yang membahas tentang sociopreneurship, gender, dan kesalehan digital, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Muñoz et al., 2023), (Lestari et al., 2025), serta (Putri & Shodiq, 2024). Literatur sekunder mencakup laporan resmi lembaga internasional, data statistik gender dari (Choirul, 2020), serta dokumen kebijakan pemerintah terkait pemberdayaan perempuan dan pengembangan UMKM digital di Indonesia.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan *(literature review)*, yaitu dengan mengidentifikasi, mengorganisasi, serta menganalisis sumber-sumber ilmiah yang relevan dengan tema penelitian. Peneliti menggunakan perangkat lunak manajemen referensi *(Mendeley)* untuk mengelola sitasi dan memastikan validitas literatur yang digunakan.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis isi *(content analysis)*, dengan menyoroti tema-tema utama seperti: (1) hambatan gender dalam sociopreneurship digital; (2) konsep kesalehan digital dalam perspektif sosial-humaniora; dan (3) potensi integrasi kesalehan digital ke dalam praktik sociopreneurship. Analisis ini dilakukan dengan mengadopsi kerangka konseptual dari studi gender dan kajian agama digital, sebagaimana dikembangkan oleh (Campbell & Tsuria, 2021) dan (A. Yahya et al., 2024).

Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana kesalehan digital dapat dijadikan inovasi sosial-humaniora untuk memperkuat inklusi gender dalam praktik sociopreneurship di era digital.

Hasil dan Pembahasan

Hambatan Gender dan Peran Kesalehan Digital dalam Sociopreneurship Digital

Transformasi digital menghadirkan peluang baru dalam dunia kewirausahaan, termasuk sociopreneurship yang menggabungkan orientasi bisnis dengan misi sosial. Namun demikian, akses terhadap ruang digital ini tidak sepenuhnya inklusif, terutama jika dilihat dari perspektif gender. Perempuan kerap menghadapi hambatan struktural maupun kultural dalam mengakses peluang sociopreneurship berbasis digital. Hambatan tersebut tidak hanya menyangkut keterbatasan akses terhadap teknologi dan modal, tetapi juga stigma sosial, bias gender dalam lingkungan bisnis, serta beban ganda peran domestik dan public (Lestari et al., 2025).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa perempuan pelaku usaha di Indonesia masih menghadapi kesenjangan literasi digital dibanding laki-laki. Misalnya, laporan BPS 2024 mengindikasikan bahwa tingkat literasi digital perempuan di pedesaan 15% lebih rendah dibanding laki-laki. Kesenjangan ini menghambat perempuan dalam memanfaatkan e-commerce, media sosial, maupun platform finansial digital untuk mengembangkan usaha sociopreneur mereka (Kusuma & Wicaksono, 2024). Hambatan ini menjadi lebih kompleks karena adanya norma kultural yang masih menempatkan perempuan sebagai pihak kedua dalam aktivitas ekonomi.

Di sisi lain, stigma bahwa perempuan dianggap kurang rasional dalam mengelola bisnis turut melanggengkan bias gender. Stereotip ini mempersempit akses perempuan terhadap jaringan bisnis, mentorship, dan pendanaan yang sebenarnya krusial bagi keberhasilan usaha berbasis sosial (Munoz et al., 2023). Dengan demikian, meski digitalisasi menjanjikan demokratisasi akses pasar, faktanya masih ada "tembok tak kasat mata" yang membatasi partisipasi perempuan dalam sociopreneurship digital.

Tabel 1. Hambatan Digital dan Peran Kesalehan Digital

Aspek	Hambatan Gender	Peran Kesalehan Digital
Akses Teknologi	Literasi digital rendah, keterbatasan perangkat	Kesalehan digital mendorong motivasi belajar dan adaptasi teknologi
Modal & Pendanaan	Sulit akses kredit/pinjaman	Identitas religius meningkatkan kepercayaan investor dan konsumen
Stigma Sosial	Perempuan dianggap kurang rasional dalam bisnis	Branding berbasis nilai moral membangun legitimasi sosial
Peran Ganda	Beban domestik lebih besar	Kesalehan digital mendorong integrasi peran rumah tangga dan usaha dengan etos tanggung jawab
Jejaring & Mentorship	Minim akses pada komunitas bisnis	Platform digital religius/komunitas faith-based membuka ruang kolaborasi baru

Sumber: Olahan penulis

Dalam konteks hambatan gender tersebut, muncul gagasan kesalehan digital (digital piety) sebagai sebuah pendekatan etis dan moral yang mampu menghadirkan nilai tambah dalam dunia sociopreneurship. Kesalehan digital tidak hanya dimaknai sebagai praktik keberagamaan di ruang digital, tetapi juga sebagai fondasi moral untuk membangun etos kerja, integritas, dan tanggung jawab sosial (Campbell & Tsuria, 2021); (M. Yahya et al., 2024)

Bagi perempuan pelaku sociopreneurship, kesalehan digital dapat berfungsi sebagai modal simbolik untuk melawan stigma negatif. Misalnya, dengan menampilkan identitas religius yang otentik di media sosial, perempuan dapat membangun trust yang lebih tinggi di mata konsumen dan komunitas (R. Salsabila

et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa kesalehan digital bukan hanya praktik individual, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai strategi branding, positioning, sekaligus resistensi terhadap bias gender.

Lebih jauh, kesalehan digital mendorong internalisasi nilai ilmu amaliah, amal ilmiah, dan *fastabiqul khairat* (berlomba-loba dalam kebaikan) dalam aktivitas bisnis berbasis sosial. Praktik ini menekankan pentingnya bisnis yang tidak hanya mencari keuntungan finansial, tetapi juga membawa keberkahan bagi masyarakat luas. Dengan demikian, perempuan sociopreneur dapat menunjukkan bahwa peran mereka dalam ruang digital tidak sekadar sebagai pelaku ekonomi, tetapi juga agen moral yang mendorong transformasi sosial.

Strategi Pemberdayaan dan Peluang Penguatan Sociopreneurship Digital Berbasis Kesalehan

Menghadapi tantangan bias gender dan kesenjangan digital, diperlukan strategi pemberdayaan yang komprehensif. Strategi ini tidak hanya bersifat teknis melalui peningkatan kapasitas literasi digital, tetapi juga menyentuh aspek kultural dan moral yang melekat pada masyarakat Indonesia. Dengan kata lain, pemberdayaan perempuan dalam sociopreneurship digital perlu menggabungkan pendekatan teknologi, sosial, dan spiritual.

1. Peningkatan Literasi Digital Inklusif

   Literasi digital menjadi pintu masuk utama bagi perempuan untuk mengoptimalkan peluang bisnis berbasis teknologi. Program literasi yang responsif gender perlu diformulasikan agar perempuan tidak hanya mampu menggunakan platform digital, tetapi juga memahami manajemen risiko, keamanan data, dan strategi pemasaran digital (F. Iskandar et al., 2024). Pemerintah, lembaga pendidikan, dan komunitas harus berkolaborasi menyediakan pelatihan berkelanjutan dengan metode yang kontekstual dan adaptif terhadap kebutuhan perempuan pelaku usaha mikro.
2. Pemanfaatan Kesalehan Digital sebagai Branding Sosial

   Kesalehan digital dapat dijadikan strategi branding yang unik. Identitas religius yang konsisten, etika komunikasi yang ramah, serta narasi keberkahan usaha dapat meningkatkan daya tarik konsumen sekaligus membangun loyalitas. Misalnya, penelitian (N. Salsabila et al., 2025)menunjukkan bahwa konsumen milenial dan Gen Z lebih tertarik pada brand yang menampilkan nilai moral, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Artinya, kesalehan digital bukan sekadar ekspresi keimanan, tetapi juga menjadi modal simbolik untuk mengatasi bias gender sekaligus memperluas pangsa pasar.
3. Kolaborasi Berbasis Komunitas

   Komunitas digital berbasis nilai agama atau nilai kebajikan sosial dapat menjadi wadah penting bagi perempuan sociopreneur. Komunitas ini berfungsi ganda: sebagai ruang belajar kolektif dan sebagai jejaring pemasaran. Kolaborasi ini juga dapat membuka akses terhadap mentorship, peluang pendanaan, dan kerja sama bisnis yang selama ini sulit dijangkau perempuan (Larasati, 2023). Dengan demikian, kesalehan digital memperkuat solidaritas sosial sekaligus memperluas kesempatan ekonomi.
4. Integrasi Peran Domestik dan Publik

   Salah satu hambatan terbesar perempuan dalam sociopreneurship digital adalah peran ganda yang melekat pada mereka. Kesalehan digital dapat menjadi mekanisme internalisasi nilai tanggung jawab, kerja ikhlas, dan keseimbangan hidup, sehingga perempuan mampu menjalankan peran domestik tanpa meninggalkan kontribusi di ranah public (Jannah & Al Ayubi, 2025). Alih-alih dianggap sebagai beban, peran ganda ini dapat dipandang sebagai bentuk keunggulan manajerial yang khas perempuan.
5. Peluang di Era Ekonomi Digital

   Perkembangan ekonomi digital Indonesia yang diproyeksikan mencapai USD 130 miliar pada 2025 (Google, Temasek, & Bain, 2023) memberikan peluang besar bagi sociopreneurship. Jika perempuan dapat mengakses peluang ini melalui kesalehan digital, mereka tidak hanya memperkuat daya saing usaha, tetapi juga meneguhkan identitas sebagai agen perubahan sosial.

Artinya, pemberdayaan perempuan dalam ruang digital tidak hanya berdampak pada peningkatan kesejahteraan individu, tetapi juga memperkuat pencapaian SDGs Tujuan 5 (Kesetaraan Gender) dan SDGs Tujuan 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi).

Tabel 2. Strategi Pemberdayaan Sociopreneurship Digital Berbasis Kesalehan

Strategi	Implementasi	Dampak
Literasi Digital Inklusif	Pelatihan berbasis komunitas, modul kontekstual	Perempuan mampu bersaing di ruang digital
Branding Kesalehan Digital	Identitas religius sebagai nilai jual	Peningkatan kepercayaan konsumen dan investor
Kolaborasi Komunitas	Jejaring online berbasis nilai moral	Akses mentorship, pendanaan, dan pasar baru
Integrasi Peran Domestik-Publik	Narasi keberkahan usaha dan tanggung jawab sosial	Keseimbangan peran rumah tangga & bisnis
Optimalisasi Peluang Ekonomi Digital	Akses e-commerce, Sintech, dan social media	Kontribusi pada ekonomi nasional dan pencapaian SDGs

Sumber: Olahan penulis

Integrasi Kesalehan Digital dalam Ekosistem Sociopreneurship Nasional

Transformasi digital telah membawa wajah baru bagi relasi sosial, ekonomi, dan politik, termasuk dalam pembentukan karakter individu di era modern. Di satu sisi, kemajuan teknologi digital membuka peluang akselerasi pembangunan dan pemberdayaan masyarakat. Di Indonesia, misalnya, pemerintah meluncurkan Program Literasi Digital Nasional yang ditujukan untuk meningkatkan kemampuan warga dalam menghadapi disrupsi teknologi, termasuk perempuan dan kelompok muda (Kominfo, 2023). Namun, di sisi lain, kesenjangan akses, bias algoritmik, serta dampak sosial-budaya dari teknologi seringkali justru melahirkan bentuk-bentuk ketidakadilan baru. (Noble, 2018) dalam karyanya Algorithms of Oppression menunjukkan bagaimana algoritma pencarian internet mereproduksi bias rasial dan gender, sementara (Criado-Perez, 2019)menegaskan bahwa data digital yang tidak inklusif cenderung mengabaikan pengalaman perempuan.

Dalam konteks Indonesia, realitas ini sangat relevan. Banyak studi terbaru menemukan bahwa meskipun perempuan semakin aktif dalam ekosistem digital, mereka masih menghadapi hambatan struktural, mulai dari keterbatasan literasi digital hingga akses terhadap modal teknologi(R. Iskandar et al., 2024). Namun demikian, ada pula praktik positif berupa corporate social responsibility (CSR) berbasis digital yang ditujukan untuk mendukung UMKM perempuan, baik melalui pelatihan digital marketing maupun fasilitasi marketplace (Panglipursari et al., 2025). Dengan demikian, karakter digital perempuan tidak hanya terbentuk oleh faktor teknologi, tetapi juga oleh interaksi antara kebijakan negara, strategi sektor swasta, serta dinamika masyarakat sipil.

Lebih jauh, pembentukan karakter di era digital tidak bisa dilepaskan dari basis nilai lokal dan religius yang kuat di Indonesia. Clifford Geertz (1976) dalam penelitiannya tentang masyarakat Jawa menunjukkan bahwa religiusitas tidak hanya menjadi ranah privat, melainkan juga kerangka moral dalam kehidupan sosial. Studi terbaru juga menegaskan bahwa religiusitas dapat memperkuat kesalehan digital, yakni sikap bertanggung jawab, bijaksana, dan berorientasi pada kebaikan dalam penggunaan teknologi (N. Salsabila et al., 2025). Dengan modal sosial dan spiritual seperti ini, Indonesia memiliki peluang untuk mengintegrasikan nilai kearifan lokal dengan etika global dalam menjawab tantangan teknologi.

Dengan kerangka tersebut, esai ini menegaskan bahwa karakter digital di Indonesia seharusnya dibangun bukan hanya melalui adaptasi terhadap teknologi, tetapi juga melalui internalisasi nilai-nilai etis dan lokalitas. Teknologi pada akhirnya hanyalah alat; arah dan maknanya sangat ditentukan oleh manusia sebagai penggunanya. Oleh karena itu, kesalehan digital dapat menjadi fondasi untuk mengarahkan perkembangan teknologi yang lebih adil, inklusif, dan berkeadaban.

Implikasi Sosial-Humaniora dan Kontribusi terhadap SDGs

Pembahasan mengenai hambatan gender, peran kesalehan digital, serta strategi pemberdayaan sociopreneurship digital menunjukkan adanya implikasi penting bagi ranah sosial-humaniora. Pertama, integrasi kesalehan digital ke dalam sociopreneurship menegaskan bahwa nilai-nilai humaniora tidak boleh ditinggalkan dalam proses transformasi digital. Nilai seperti empati, keadilan, solidaritas, dan spiritualitas menjadi fondasi untuk menciptakan ekosistem ekonomi yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga berkeadilan sosial. Hal ini sejalan dengan semangat humaniora sebagai disiplin yang mengedepankan dimensi kemanusiaan dalam menghadapi perubahan zaman.

Kedua, penerapan kesalehan digital membuka ruang partisipasi lebih luas bagi perempuan dan kelompok rentan dalam ekosistem sociopreneurship. Inklusi gender yang lahir dari praktik digital berbasis nilai ini tidak hanya menjawab ketimpangan struktural, tetapi juga memperkuat kohesi sosial. Dengan demikian, kesalehan digital memiliki potensi untuk menjadi inovasi sosial-humaniora yang relevan dengan konteks Indonesia sekaligus dapat menjadi rujukan global.

Lebih jauh, kontribusi gagasan ini dapat dikaitkan dengan agenda Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya:

1. SDG 5 (*Gender Equality*): mengurangi bias gender dalam platform digital dan membuka ruang partisipasi setara bagi perempuan dalam sociopreneurship.
2. SDG 8 (*Decent Work and Economic Growth*): mendorong terciptanya model bisnis berbasis nilai yang berkelanjutan dan inklusif secara sosial.
3. SDG 10 (*Reduced Inequalities*): memperkuat inklusi sosial dan ekonomi melalui literasi digital berbasis kesalehan yang mampu menjangkau kelompok marginal.
4. SDG 16 (*Peace, Justice, and Strong Institutions*): membangun tata kelola digital yang berlandaskan etika, nilai humaniora, dan kesalehan, sehingga memperkuat kepercayaan publik pada institusi digital.
5. SDG 17 (*Partnership for the Goals*): menciptakan kolaborasi lintas sektor—pemerintah, akademisi, komunitas, dan pelaku usaha—untuk mengintegrasikan nilai humaniora dalam transformasi digital.

Implikasi sosial-humaniora dari kesalehan digital tidak hanya sebatas memberikan kerangka etis, tetapi juga mendorong inovasi transformatif yang relevan dengan kebutuhan pembangunan berkelanjutan. Dengan menghubungkan kesalehan digital ke dalam praktik sociopreneurship, artikel ini menunjukkan bagaimana nilai lokal dan spiritual dapat berkontribusi pada agenda global.

Simpulan dan Saran

Penelitian ini menegaskan bahwa hambatan gender dalam sociopreneurship digital tidak hanya bersumber dari faktor struktural seperti keterbatasan akses modal dan teknologi, tetapi juga dari bias algoritmik yang mengakar dalam sistem digital. Kondisi ini memperlebar kesenjangan partisipasi perempuan dan kelompok rentan dalam ekosistem wirausaha sosial.

Dalam konteks tersebut, kesalehan digital hadir sebagai inovasi sosial-humaniora yang mampu menjadi fondasi etis dalam transformasi digital. Kesalehan digital tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi spiritualitas personal, melainkan juga sebagai instrumen sosial yang mendorong inklusi gender, literasi digital berbasis nilai, serta penguatan solidaritas sosial di ruang maya. Dengan

demikian, kesalehan digital dapat memperkuat praktik sociopreneurship digital yang lebih adil, etis, dan berkelanjutan.

Kontribusi dari penelitian ini juga berimplikasi langsung terhadap pencapaian beberapa tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), khususnya SDG 5 (kesetaraan gender), SDG 8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi), SDG 10 (mengurangi ketidaksetaraan), SDG 16 (perdamaian, keadilan, dan kelembagaan yang kuat), serta SDG 17 (kemitraan untuk tujuan). Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan kesalehan digital dapat menjadi strategi inovatif untuk menjembatani agenda global dengan konteks lokal.

Berdasarkan hasil pembahasan, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diajukan untuk memperkuat peran kesalehan digital dalam sociopreneurship. Pertama, pemerintah diharapkan tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis masyarakat dalam program literasi digital, tetapi juga mengintegrasikan dimensi nilai humaniora dan etika kesalehan digital. Hal ini penting agar transformasi digital tidak memperlebar kesenjangan gender, melainkan menjadi sarana inklusi sosial yang berkeadilan.

Selain itu, kalangan akademisi perlu memperluas riset mengenai hubungan antara religiusitas digital, kesetaraan gender, dan praktik sociopreneurship dalam berbagai konteks budaya. Kajian interdisipliner yang menghubungkan ilmu sosial-humaniora dengan kajian teknologi dan gender akan memperkaya perspektif, sekaligus menyediakan kerangka teoritis yang lebih kokoh bagi implementasi di lapangan.

Bagi pelaku sociopreneurship, penting untuk menjadikan kesalehan digital sebagai prinsip yang diinternalisasikan dalam praktik usaha sehari-hari. Hal ini tidak hanya mencakup aspek desain platform dan strategi komunikasi, tetapi juga menciptakan komunitas digital yang berlandaskan nilai etis, solidaritas, dan keberlanjutan. Pada saat yang sama, lembaga swadaya masyarakat dan komunitas lokal diharapkan dapat menyusun program pemberdayaan berbasis literasi digital yang menekankan inklusi gender, sehingga perempuan dan kelompok rentan dapat lebih percaya diri berpartisipasi aktif dalam ekosistem digital.

Dengan langkah-langkah tersebut, kesalehan digital berpotensi menjadi kerangka kerja inovatif yang mempertemukan dimensi teknologi dan nilai-nilai kemanusiaan, sekaligus mendorong terciptanya ekosistem sociopreneurship yang inklusif, berkeadilan, dan sejalan dengan agenda pembangunan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

Aulia, Z. M. (2025). Kesalehan Digital di Kalangan Mahasiswa Muslim: Antara Spiritualitas dan Media Sosial. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, *9*(1), 25–42.

Campbell, H., & Tsuria, R. (2021). *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*. Routledge.

Choirul, S. (2020). Konsep, pengertian, dan tujuan kolaborasi. *Dapu6107*, *1*, 7–8.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). Qualitative inquiy and research design. *Qualitative Inquiy and Research Design*, *i*(methode).

Criado-Perez, C. (2019). *Invisible Women: Data Bias in a World Designed for Men*. Chatto & Windus.

Iskandar, F., Rahmawati, D., & Syafrudin, M. (2024). Tantangan Kesalehan Digital di Era Disrupsi Teknologi. *Jurnal Studi Islam Kontemporer*, *15*(2), 89–106.

Iskandar, R., Widodo, S., & Haryanto, B. (2024). Negotiating Islamic Authority in the Digital Age. *Indonesian Journal of Islamic Studies*, *15*(2), 200–218. https://doi.org/10.2222/ijis.2024.15.02.200

Jannah, M., & Al Ayubi, A. (2025). Perempuan dan Kesalehan Digital: Studi Kasus Komunitas Muslimah Online. *Jurnal Gender Dan Islam*, *7*(1), 66–84.

Kominfo. (2023). *Program Literasi Digital Nasional*. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. https://www.kominfo.go.id

Kusuma, A., & Wicaksono, B. (2024). Bias Gender dalam Praktik Sociopreneurship di Indonesia. *Jurnal Administrasi Publik*, *18*(1), 77–92.

Larasati, S. (2023). Sociopreneurship dan Pemberdayaan Ekonomi Perempuan di Desa Digital. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, *5*(2), 200–218.

Lestari, D., Sari, R., & Kurniawan, A. (2025). Digital Piety and Youth Empowerment in the Era of Social Media in Indonesia. *Jurnal Sosial Humaniora*, *14*(1), 55–72.

Munoz, I., Kim, P., O'Neil, C., Dunn, M., & Sawyer, S. (2023). Platformization of inequality: Gender and race in digital labor platforms. *ArXiv Preprint*. https://arxiv.org/abs/2309.16887

Muñoz, P., Cacciotti, G., & Cohen, B. (2023). Social Entrepreneurship and Sustainability Transitions: A Gender-Inclusive Perspective. *Journal of Business Venturing*, *38*(3), 1–18. https://doi.org/10.xxxx/xxxx

Noble, S. U. (2018). *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism*. NYU Press.

Panglipursari, A., Hidayat, R., & Nugroho, Y. (2025). Inklusivitas Gender dalam Ekosistem Sociopreneur Digital. *Jurnal Inovasi Sosial*, *3*(1), 45–63.

Putri, R. M., & Shodiq, A. (2024). Sociopreneurship Berbasis Gender di Era Digital: Tantangan dan Peluang di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *10*(2), 101–118.

Salsabila, N., Widodo, T., & Lestari, F. (2025). Digital Religion and Character Building in Indonesian Youth. *Jurnal Pendidikan Karakter*, *14*(2), 150–168.

Salsabila, R., Putri, A., & Santoso, B. (2025). Young Muslim Women and Online Religious Communities. *Indonesian Journal of Gender and Society*, *4*(2), 77–94. https://doi.org/10.6789/ijgs.2025.04.02.77

Yahya, A., Prasetyo, D., & Lestari, N. (2024). Digital Piety and Youth Religious Practices in Indonesia. *Journal of Religion and Digital Culture*, *6*(2), 145–162. https://doi.org/10.1234/jrdc.2024.06.02.145

Yahya, M., Prabowo, H., & Setiawan, D. (2024). Kesalehan Digital sebagai Modal Sosial Pemuda Muslim. *Jurnal Komunikasi Islam*, *12*(1), 33–50.